Репортажи для масс. Конспект

Reporting for the media by John R. Bender and others

Ниже представлено краткое изложение основных разделов указанной книги. Цель конспекта – дать полезные советы тем, кто ведёт агитацию и пропаганду устно, письменно или через видеоряд. Такого человека мы, вслед за авторами книги, будем называть репортёром, а продукт его труда – историей. Из книги выбраны темы, актуальные для заданной цели, и опущены специфичные для ремесла журналиста.

1 Предисловие

Хорошему репортёру необходимы:

1. интерес к окружающему миру,
2. выразительность.

Репортёр должен проявлять искреннее любопытство к жизни вообще и к теме конкретной истории, сочувствовать людям, о которых рассказывает. Любопытство помогает как придумывать идеи для историй, так и разрабатывать сами истории. Хорошие истории получаются, когда репортёр задаётся вопросом, почему ситуация именно такова, что с ней не так, как было бы правильно, кто и как может её исправить. Чем сложнее задаваемые вопросы, тем сложнее – и интереснее – может получиться история. А если репортёр не сочувствует людям, о которых рассказывает, он не поймёт их историю и не сможет вполне её рассказать.

Выразительность сочетает, как минимум, два навыка. Во-первых, эффективно использовать слова – подбирать их и связывать в предложения с верным синтаксисом и пунктуацией. Во-вторых, организовать элементы истории (факты, цитаты, художественные описания) в захватывающий и информативный рассказ.

Все навыки, нужные хорошему репортёру: любопытство, сочувствие, знание языка, композицию истории – можно приобрести. Некоторым они даются лучше и в большей степени, чем другим. Но взрастить их в себе может любой, способный написать институтскую курсовую работу.

2 Грамматика и правописание

Хорошая статья или выступление сочетают интересные суждения с умением писать текст. Одних хороших суждений недостаточно, если вы не можете сформулировать их понятно для вашей аудитории.

Для свободной работы с языком репортёр должен знать:

1. члены предложения и их связь,
2. структуру предложения,
3. части речи и правила их согласования,
4. активный и пассивный залог – избегайте пассивного залога: он длиннее на письме и маскирует ответственность (например, «были допущены ошибки» -- кем?),

5. использование местоимений – в частности, указательные местоимения могут создать двусмысленность (например, «Вася и Петя встретили его маму»),
6. множественное число, притяжательный падеж – в английском языке их схожесть в произношении приводит к затруднениям в письме,
7. олицетворения – избегайте приписывать неодушевлённым предметам мысли и действия, т. к. это размывает ответственность и подрывает доверие к истории,
8. уточняющие члены предложения и их обособление,
9. однородные члены предложения,
10. орфография и правописание вообще.

3 Стиль написания

У репортёра трудная задача – сообщить аудитории информацию, зачастую сложную. Для этого надо представить факты кратко и доходчиво. Важно использовать простой язык, чтобы ваш материал был доступен широкой аудитории с разным уровнем владения темой.

Первый шаг к хорошей истории – планирование и подготовка. Перед тем, как писать текст, нужно сформулировать ключевую мысль и определить шаги по её раскрытию аудитории.

3.1 Определите центральную мысль и структурируйте историю

Подготовка начинается до того, как вы станете собирать информацию для истории, ещё на этапе идеи.

Центральная мысль – это краткое резюме самой истории (2-3 предложения), из которого ясна её важность. Разные истории на одну тему обязательно будут иметь разные центральные мысли. Задавшись темой, репортёр формулирует ключевую мысль на основе своих суждений об интересах аудитории и самих событиях.

Представим, что газеты рассказывают о крушении самолёта при посадке. Одна из них может раскрывать мысль: «Ветер и дождь сделали взлётную полосу опасной, но остальные самолёты успешно приземлились,» – и будет рассказывать о погодных условиях и их оценке пилотами и диспетчерами. Другая: «Героизм пассажиров и стюардесс спас десятки жизней,» – о действиях пассажиров и экипажа после крушения. Третья история может рассказывать, что «федеральные органы получили бортовые самописцы с судна, но смогут интерпретировать их данные только через дни или даже недели» – о технологии и вероятном ходе расследования причин происшествия.

Хорошие писатели явно формулируют ключевую мысль каждого текста. Они могут сделать это в первом же абзаце – подводке («lead paragraph»). В другом случае они могут отвести первый абзац под вовлекающую сцену или анекдот, а ключевую мысль разместить сразу после него («nut paragraph»).

Репортёр, как правило, хорошо представляет себе ключевую мысль ещё до сбора информации. Но столкнувшись с неожиданным фактом, он бывает вынужден пересмотреть её. Поэтому всегда оценивайте собранный материал перед началом написания, чтобы не упустить возможность сделать свой текст лучше.

Если вы не сформулируете центральную мысль или отступите от неё, ваша история может получиться незавершённой или разрозненной, лишённой целостности.

Определите, на какие секции будет разделена история и какая информация вам требуется для её разработки. После этого вы можете ещё раз просмотреть все свои записи и решить, какая информация из них подходит для истории. Остальное исключите.

Примеры успешных журналистов показывают, что они могут месяцами собирать информацию и проводить интервью. Все эти материалы хранятся упорядоченно, с группировкой по теме или имени персоны либо названию организации. Важные вопросы и мысли проясняются только со временем, поэтому репортёр несколько раз перечитывает собранное. Как только у него получается структура истории, он разрабатывает её в черновике, раздел за разделом. И только после этого он придаёт тексту окончательный лоск, дорабатывает вступление и переходы между разделами.

Нельзя просто сесть и написать хорошую историю. Это не получится без предварительного планирования.

3.2 Упрощайте слова, предложения и абзацы

Избегайте длинных, малоизвестных слов. При любой возможности заменяйте слова на более короткие и простые. Например, «около» вместо «приблизительно», «строить» вместо «возводить», «дом» вместо «резиденции».

Также используйте короткие предложения и абзацы. Длинные предложения разбивайте на несколько коротких – их проще читать и понимать. Одно из исследований показало, что 75% читателей без труда понимают предложения из 20 слов, но эта доля стремительно падает по мере роста предложений.

По средней длине предложений текста можно понять целевую аудиторию истории. В комиксах это около 8 слов, публикациях в СМИ широкого охвата – от 15 до 20, в текстах для подготовленных специалистов – от 20 до 30.

Это не значит, что все ваши предложения должны быть короткими. Переусердствуете – и получите рубленный текст. Длинные предложения могут быть эффективным средством в руках репортёра, но их избыток сделает текст неуклюжим и трудным для понимания.

Принимайте во внимание, с какого носителя читатель будет воспринимать текст. Для статьи, читаемой с мобильного экрана, или узких газетных колонок особенно удобны короткие предложения, а большие блоки текста, напротив, могут отпугнуть читателей.

Сокращать предложения можно, приведя порядок слов к прямому: подлежащее, сказуемое, дополнение.

```
Неудачно: Разработка новой главной страницы сайта была предпринята
издателем.
Лучше: Издатель разработал новую главную страницу сайта.
```

Убедитесь, что мысли в предложении тесно связаны. Иначе разбейте его.

Длинные вводные конструкции и подчинённые части сложных предложений перегружают предложение. Упростите такие конструкции.

Лишние слова вообще исключите. Они не помогают аудитории понять вас, но притупляют её внимание и отнимают место на странице или время выступления. Перечитывая написанное, над каждым словом задавайтесь вопросом: «Какой смысл оно вносит в текст?». Обращайте внимание на смысл соседних слов: из сочетаний «прошедшая история», «будущие планы» можно исключить, как минимум, половину слов.

Предложения, непосредственно связанные по смыслу, группируйте в абзацы. Так вы упростите восприятие даже сложных идей. Предложения в абзаце должны плавно переходить друг в друга. Если предложение переходит к совершенно новой идее, перенесите его на новый абзац. Нарочито короткие, рубленные абзацы станут либо намеренным выразительным приёмом, либо случайным препятствием к плавному восприятию текста.

3.3 Оценки и объективность

Во времена Войны за независимость США газета «The Massachusetts Spy» в выпуске от 03.05.1775 писала:

```
Американцы! Навсегда запомните бой за Лексингтон! Когда британские
войска без угрозы себе, неспровоцированно, преднамеренно и
бесчеловечно расстреляли и убили многих наших соотечественников.
Затем ограбили, разорили и сожгли их дом! Ни слёзы беззащитных
женщин, некоторые из которых пребывали в родовых муках, ни плач
беспомощных детей, ни мольбы стариков, привязанных болезнями к своим
кроватям, не могли насытить их жажды крови! Или отвратить их
от их планов на убийства и ограбления.
```

Time или Fox News и по сей день используют такую подачу, пусть и менее драматично. Они не только представляют факты, но и открыто интерпретируют их, оценивая с определённых идеологических позиций. Но большинство журналистов стремятся не принимать явно какую-либо сторону и быть «объективными», насколько возможно. Репортёр – нейтральный наблюдатель, а не адвокат или соучастник. Он может явно выразить своё отношение к истории в редакторской колонке газеты или в комментарии.

Никто не может быть абсолютно объективен. Образование, семья, взгляды на общество влияют и на выбор темы, и на способ её изложения репортёром. В журналистике объективность означает отделение фактов от оценок, а также уделение равного внимания каждой стороне освещаемого конфликта.

Неявное примешивание оценки к факту – манипулятивный приём, который может быть распознан вашей аудиторией. Тогда вы лишитесь её доверия.

Оценка может неявно попасть в историю через стереотипы: что женщина капризная и слабая, а мужчина волевой и сильный; что пожилые люди занимаются лишь собственным здоровьем и исключены из общественной жизни. Стереотипы проявляются в тексте через умолчания и используемые слова. Избегайте их, т. к. они могут исказить историю и ранить отдельные категории из вашей аудитории.

3.4 Точность

Небрежность и лень порождают ошибки. А ошибки подрывают доверие к вам. Чтобы избежать их, перепроверяйте свои записи. В случае сомнений или недостатка информации, ещё раз обратитесь к источникам. Если этой

возможности нет, стоит исключить часть или всю историю из публикации. Когда речь идёт о фактах, недопустимо гадать или делать предположения!

Чтобы достигнуть точности, надо понимать смысл истории. Если он не вполне ясен, обратитесь к источникам ещё раз. Если репортёр не понял что-либо из написанного им же, аудитории это не удастся тем более. Работайте с источниками до тех пор, пока не разберётесь.

Отдельно проверяйте имена, так как ошибиться в них может быть особенно неловко.

Серьёзные издательства регулярно проверяют статьи перед печатью (proofreading). Для этого используют специалистов.

4 Язык

Владейте языком, на котором пишете и выступаете. Будьте точны в использовании слов, понимайте их значение. В трудных случаях воспользуйтесь толковым словарём.

Осторожно используйте прилагательные и наречия. Они могут «протаскивать» в текст вашу оценку или быть попросту лишними. Существительные и глаголы более точны, выразительны и конкретны.

Избегайте клише – затасканных устоявшихся выражений, т. к. они вредят выразительности текста. Из-за избитости они никого не удивят и не заинтересуют. Клише в тексте – признак недостатка времени или таланта для поиска более точных и оригинальных слов:

```
не мог поверить своим глазам
ошеломляющий успех
последний по порядку, но не по значению
```

Откажитесь от слэнга и жаргона. Желание предстать умнее самого себя не оправдывает их использование. С ними текст получится менее понятным, его смысл – менее точным, а позиция автора – пристрастной, оценочной.

Эвфемизмы – расплывчатые выражения, которыми заменяют конкретные, если последние могут обидеть: не «беременная», а «в положении»; не «взрыв», а «хлопок»; не «падение», а «отрицательный рост». Какую бы ценность они не несли в этикете, для написания текстов они вредны.

Используйте выражения от первого лица только в цитатах с прямой речью. Иное использование подразумевает участие репортёра в сюжете, а значит, и оценку.

Отрицания усложняют восприятие. Используйте вместо них прямые утверждения, особенно когда отрицать приходится дважды:

```
вместо «часто не приходит» — «редко приходит»
вместо «оспорить вменяемость» — «доказать сумасшествие»
вместо «не возражал против изменений» — «поддержал изменения»
```

Исключите преувеличения, если не хотите, чтобы текст стал похож на дешёвый пресс-релиз. История должна информировать, а не льстить вашим источникам. Ничего не стоит написать «уморительный» вместо «весёлый», «фантастический, невероятный» вместо «прекрасный». Но вместо этих оценок

лучше приведите факты, чтобы аудитория сама делала вывод. Придерживайтесь фактов, работая с источниками, и работайте, как минимум, с двумя.

Излишняя пунктуация загромождает текст. Особенно следите за восклицательными знаками, тире и скобками. Первые вообще должны редко появляться независимо от серьёзности вашей истории. Скобки нарушают плавность повествования. Они заставляют читателя остановиться и на полпути усвоить другой факт, часто связанный отдалённо. Часто хочется использовать их, чтобы пояснить местоимения в цитатах – лучше перефразируйте предложение и используйте частичную цитату.

5 Подводки

Первые абзац или два в новостной статье называются подводкой (lead, ведущий, главный). Это одна из важнейших частей истории, ведь именно она помогает аудитории решить, стоит ли читать или слушать дальше. Цель подводки – создать у аудитории интерес.

Новостная история должна отвечать на шесть вопросов: кто? как? где? зачем? почему? когда? что? Если в подводке вы попытаетесь ответить сразу на все, то результат будет сложным и сбивающим с толку. Определите, какой вопрос главный в конкретной истории, и сфокусируйтесь на нём.

Большинство подводок состоят из единственного предложения. Его структура должна быть нормальной и соответствовать правилам языка. Чаще всего в начале подводки идёт подлежащее, за ним – сказуемое, потом всё остальное. Начинать с уточняющих второстепенных членов предложения значит потерять в прямоте и выразительности.

Будьте кратки, оставьте только самое нужное. Ограничьтесь одним предложением. Двумя – только если вы точно знаете зачем. Для английского языка оптимальная длина подводки – 18-20 слов. Даты, имена, названия мест чаще всего в подводке будут лишними. Имён должно быть немного, и лучше всего только знакомых аудитории. Необходимые детали вы изложите в последующих абзацах. Сравните:

```
Две женщины ограбили продавщицу местного супермаркета во вторник.
Пока одна отвлекла продавщицу, вторая выхватила её сумочку, в
которой было $50.
Две женщины украли сумочку с $50 у продавщицы местного супермаркета
во вторник.
```

Будьте конкретны. Укажите немного самых интересных подробностей и используйте яркие образы, которые подстегнут воображение аудитории. Выразительности вредят, в частности, условное наклонение и пассивный залог. И да, если где-то в мире нельзя использовать клише, это в подводках.

Хороший приём – показать важность истории, рассказав о масштабе её влияния: количество людей, территория, стоимость или размер ущерба. Например,

```
Пассивное курение вызовет 47 000 смертей и около 150 000 нелетальных
сердечных приступов, как показало исследование. Это на 50% выше
предыдущих оценок.
```

Локализуйте и дайте новизны. Влияние истории становится очевиднее, если человек понимает, что она о его доме, его городе, его профессии и т. д. Это относится не только к подводке: рассказывая о происшествии, поясните, как оно влияет на вашу аудиторию. Также подчеркните новизну того, что вы сообщите. Это годится не для любой истории. Если ваша ни локальна, ни особенно нова – подайте её честно, без ложных обещаний.

При всей краткости, подводка, как и вся история, тоже должна быть объективна. Поэтому избегайте в ней комментариев и скрытых оценок. Лучше опираться на факты. Аудитория сможет сама сделать из них выводы, и будет больше доверять вам. Единственный приемлемый тип оценок – открытые оценки третьих лиц, которые вы явно представили как таковые.

Избегайте типичных ошибок:

- **Начинайте с самой новости:** имена, титулы и ссылки скучно читать, переместите их в конец;
- **Подчеркните новое:** хронологический порядок начинает с самого скучного – со старья. Новости – это самое последнее, поэтому отнеситесь к порядку подачи творчески.
- **Избегайте подводок-ярлыков,** которые только называют тему, не раскрывая её. Передайте суть.
- **Избегайте списков,** они скучные. Любое перечисление может идти только после пояснения, не перед ним.
- **Очевидное опустите.**
- **Избегайте негативной формы:** расскажите о произошедшем, а не что НЕ произошло.
- **Не лукавьте:** преувеличение, преуменьшение, раздувание сенсации в подводке вскоре приведёт к разочарованию аудитории.
- **Заботьтесь об аудитории:** всегда держите в уме, кто будет воспринимать ваш текст, что они знают, что им интересно.
- **Переписывайте.** Относитесь к подводкам критически. Даже если вам нравится первая же ваша версии, её можно улучшить в большинстве случаев.

Используйте фантазию. Вот пример повседневной истории, поданной интересно Эдной Буханан, лауреатом Пулитцеровской премии. Обратите внимание на подбор глаголов и описания в тексте:

```
Гэри Робинсон умер голодным.
Он хотел жареного цыплёнка, коробку на три кусочка за $2.19. Пьяный,
громкий и несносный, он растолкал очередь из семи клиентов в кафе
быстрого питания. Девушка на кассе сказала, что его поведение
невежливо. Она успокоила его милой беседой, и он согласился занять
своё место в общей линии. Его очередь подошла сразу перед закрытием,
когда жареная курятина кончилась.
Он ударил девушку-кассира так, что у неё зазвенело в ушах, и
охранник выстрелил в него, трижды.
```

Эти правила подойдут не только для новостей. Правила хорошего повествования не так уж сильно меняются от носителя к носителю: радио, телевидение, журналы, книги, сцены в кино. Для начала анализируйте прочитанное и увиденное – вы удивитесь, как много схожих приёмов вы обнаружите.

6 Тело истории

Основная часть истории после подводки называется её телом. В ней находится информация, которую репортёр считает необходимым сообщить аудитории.

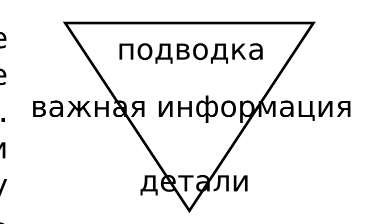
Сравните историю с поездом. Рельсы – это центральная мысль, они задают направление истории. Шпалы дают им опору – это ключевые вопросы: кто, что, когда, где, зачем и как. Двигателем поезда является подводка, она должна быть достаточно сильной, чтобы тянуть за собой всю историю (точнее, затягивать в историю внимание вашей аудитории). Каждый абзац за подводкой – это вагон; он содержит определённую информацию и имеет собственную внутреннюю структуру. Вагоны можно выстроить в разном порядке: хронологическом, по убыванию важности. Переходы от абзаца к абзацу связывают вагоны поезда, без них он расцепится. И перед отправкой репортёр должен наполнить вагоны исследованием, подтверждениями, цитатами, описаниями, анекдотами.

6.1 Структура

Структура тела может быть разной: обратная пирамида, песочные часы, фокус, драматичная сцена. Нет лучшей структуры на все случаи жизни, репортёр должен подбирать её под свою задачу.

6.1.1 Обратная пирамида

Упорядочивает информацию по абзацам в порядке убывания приоритета. Второй (иногда и третий, и даже четвёртый) абзац раскрывают и дополняют подводку. Дальнейшие абзацы добавляют менее важные детали (имена, описания, цитаты, …). Начинающему репортёру важно изучить этот стиль, чтобы уметь классифицировать информацию в истории по важности.



Этот стиль удобен тем, что можно прекратить читать или слушать историю, когда уже не интересно, и не упустить ничего важного. Для печатных историй это даёт возможность подогнать длину статьи под доступное на листе пространство. Это имеет свою цену: такие истории бывает непросто воспринимать (т. к. порядок фактов не хронологический), история вряд ли удивит аудиторию – главное уже сказано в подводке. Этот стиль прилипчив и от него трудно отучиться.

```
Пара из Карлайла стала бездомной после пожара в их доме
в воскресенье.
Четыре районных пожарных команды выехали около 15:00 на одноэтажный
загородный дом Сюзанны Циглер на 307 Айвон драйв.
«Когда мы прибыли, огонь поднимался от крыши» - пояснил этим утром
шеф пожарной службы Карлайла Дэвид Бойлз.
Пожарным потребовалось около 45 минут, чтобы сдержать и потушить
пламя.
Бойлз сказал, что во время пожара домовладелица уехала за покупками,
и дом был пуст.
Крыша строения получила тяжёлые повреждения от огня, остальная часть
– серьёзные повреждения от воды.
По его словам, причиной пожара была неисправность с проводкой, а
возник он в гараже.
```

```
«Американский Красный крест предоставил помощь домовладелице, её
жениху, а также их трём кошкам и двум собакам,» — заявил Джин Лукас,
исполнительный директор организации.
По словам Бойлза, домашних животных спасли соседи.
При тушении один пожарный получил незначительный ожог и получил
медицинскую помощь на месте.
```

Обратите внимание, что редактор мог бы без существенного вреда для истории удалить несколько последних абзацев, сохранив главное. На практике пирамида не такая строгая, как изображена на схеме выше. Ведь за подводкой идут абзацы, содержащие примерно одинаковую по важности информацию.

В этом стиле важно обеспечить плавные переходы между абзацами, особенно от подводки.
Во-первых, второй абзац должен быть тематическим продолжением подводки – у аудитории не должно появиться сомнений, что они читают продолжение того же текста. Во-вторых, из-за стилистических особенностей подводки нелегко сохранить терминологическую целостность: аудитории должно быть ясно, что названия, которые упоминаются во втором абзаце, относятся к описанным в подводке местам, именам и т. п.

```
Мужчина протаранил машину собственной жены, а затем прострелил ей
руку и ногу, пока окружающие не обездвижили его, как заявляет
полиция.
НЕПРАВИЛЬНО: Полицейские выразили благодарность прохожим, которые
помогли арестовать Филиппа М. Сантоса, 53 лет, из Аллентауна
в понедельник.
ЛУЧШЕ: Полицейские выразили благодарность прохожим, которые помогли
арестовать мужчину, подозреваемого в этом нападении, Филиппа М.
Сантоса, 53 лет, из Аллентауна в понедельник.
```

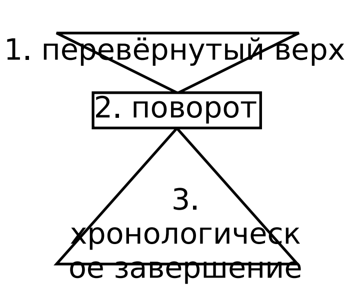
Когда в истории есть несколько крупных внутренних тем, её называют сложной (например, новость о рассмотрении судом нескольких дел). В этом случае важно определить приоритет каждой темы и вынести в начало самые важные. Малозначительные детали можно описать в конце в виде ненумерованного списка.

6.1.2 Песочные часы

Только посмотрите, как неестественно описание в виде обратной пирамиды. Подачи в нём получаются такими однородными, что истории об ограблении банка и о дебатах в конгрессе будут сходны по структуре и темпу. С другой стороны, есть нарративный формат, в котором важные детали оказываются погребены в тексте и фокус на главной теме не всегда силён. Структура песочных часов призвана сочетать лучшие стороны этих стилей.

История с такой структурой состоит из трёх частей:

1. вступление в виде перевёрнутой пирамиды – даёт аудитории выдержку сути истории на 3-5 абзацев;
2. поворотный абзац;
3. завершающий нарратив.



Такой стиль не подойдёт для историй без выраженной хронологической связанности событий.

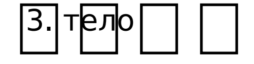
```
Подающий надежды политик обошёл металлодетекторы в хорошо охраняемой
администрации города — в компании члена совета, которого он когда-то
хотел сменить — а затем достал пистолет и застрелил своего
соперника.
Происшествие в среду превратило городской совет Нью-Йорка в место
преступления, наполненное криками политических советников и
испуганных посетителей. Охранник открыл огонь по стрелку и убил его
пятью выстрелами.
Советник Джеймс Дэвис, 41 год, бывший полицейский и министр,
проводящий кампанию против городского насилия, получил несколько
выстрелов в корпус и умер в госпитале. В тот день после обеда он
собирался представить законопроект против насилия на рабочих местах.
Его убийца, Отниель Эскью, 31 год, умер вскоре в той же больнице, по
сведениям полиции. До прибытия спасательных служб оба смертельно
раненых лежали бок о бок на балконе администрации.
Майор Майкл Блумберг расценивает это происшествие как «нападение на
саму суть демократии». Звуки выстрелов застали его за рабочим столом
в своём кабинете.
Эскью подавал заявление, чтобы соперничать с Дэвисом на осенних
праймериз демократической партии. Однако он не смог стать
официальным кандидатом из-за нехватки подписей под петицией.
Представитель Дэвиса, Амир Лумис, заявила, что недавно они
примирились и трижды встречались за последние недели. Когда Эскью
пришёл в офис Дэвиса в среду и предложил отправиться в администрацию
города вместе, тот согласился.
В 13:45 они вместе прибыли в администрацию города, где Дэвис
планировал представить законопроект о насилии на рабочем месте.,
заявил член совета Чарлз Баррон.
Баррон сказал, что Дэвис представил его Эскью как «парня, который
когда-то боролся против меня, а теперь вместе со мной». Эскью твёрдо
пожал ему руку и уверенно встретил взглядом, сообщил Баррон.
Уже вскоре взгляд Баррона был прикован к балкону, где вооружённый
человек расстреливал распростёртое тело Дэвиса калибром .40. «Он
стрелял не наугад,» — сказал Баррон.
Дэвис, чернокожий, пришёл в департамент полиции в 1993, через 10 лет
после предполагаемого избиения двумя белыми офицерами. Он основал
НКО «Люби себя — останови насилие», осуждающую тексты песен,
пропагандирующих насилие, и магазины, продающие реалистичные макеты
оружия. Он был избран в Городской совет в 2001, где занимался
вопросами общественной безопасности.
В среду у него был при себе лицензионный пистолет, но, по словам
полиции, он не успел даже достать его из кобуры.
Целых 14 залпов прогремели по второму этажу Городской администрации
за время перестрелки. Члены Городского совета и репортёры из
соседних пресс-комнат нашли укрытие под своими столами.
Снаружи полиция в спецодежде заполонила ближайшие улицы, полицейская
лента перекрыла тротуары. Выли сирены, и растерянные прохожие
убегали от здания.
```

Первые пять абзацев выстроены обычной перевёрнутой пирамидой и рассказывают о ключевых фактах истории. Шестой абзац (о заявлении Эскью) говорит о возможных причинах нападения и разворачивает внимание аудитории к последующей хронологической части.

6.1.3 Фокус

WSJ использует эту структуру годами, обычно для историй с передовиц. Как и песочные часы, фокусная структура вплетает элементы повествования в статью. Но начинается она с подводки, которая фокусирует рассказ на персоне, ситуации или анекдоте, иллюстрирующем более общую проблему. Эта подводка может занимать 3, 5 и более абзацев.

1. подводка
2. «гайка»
3. тело



4. добивка

За подводкой идёт «гайка» – 1-3 абзаца, которые указывают на центральную мысль истории и показывают, как подводка её иллюстрирует. Затем тело истории разворачивает центральную мысль в подробностях. Завершает историю добивка, которая подводит итог и часто ссылается на историю из подводки. Вот пример из Washington Post.

```
Мозолистые ладони и короткие пальцы Дэвида Кокса почернели.
В комнате со стенами из шлакоблоков воздух холодный, а пол покрыт
хлопьями табачных листьев, которые хрустят под его шагами. Вот и он,
сидит в углу и обрывает листья со стеблей табака.
Это монотонная работа — собирать табак, стебель за стеблем.
По оценкам этого фермера из Южного Мэриленда, в этом сезоне их будет
210 000.
А ещё это редкое зрелище. Скупка Maryland tobacco семь лет назад
практически уничтожила табачное производство в штате. Оно снизилось
настолько резко, что впервые с 1939 года в Хьюсвилле не будет
мартовского табачного аукциона. Производителей просто недостаточно,
чтобы привлечь покупателей.
Тем не менее, есть около 100 несогласных, которые, как и Кокс, все
еще выращивают табак в Южном Мэриленде. В отличие от Кокса,
подавляющее большинство являются амишами и не участвовали в скупке,
потому что убеждения не позволили им получить государственную
субсидию.
Поскольку рынок мэрилендского табака практически исчез, оставшиеся
производители заключили контракт с Philip Morris USA, крупнейшим
в стране производителем сигарет, на выращивание другой культуры —
табака Берли, распространенного в Кентукки и Теннесси, но нового
для Мэриленда. По сравнению мэрилендским табаком, листья берли толще
и имеют более светлый цвет, а их стебли примерно на фут выше.
На следующей неделе фермеры, такие как Кокс, отправят последние
в этом сезоне тюки берли на закупочный пункт в Новой Голландии,
Пенсильвания. Оттуда табак поедет на фабрики Philip Morris.
«Прямо здесь перед вами история табака», - сказал 47-летний Кокс,
с гордость. показывая свой полуторасталетний деревянный табачный
амбар в Принс-Фредерике. Кокс сказал, что не согласился на выкуп,
потому что решил, что выращиванием табака заработает больше.
Для Кокса выращивание табака — стиль жизни, как и для пяти поколений
Коксов до него.
Было время, когда выращивание табака определяло весь Южный Мэриленд
— его культуру, его экономику, его ландшафт. Табачный аукцион
проводился в Хьюсвилле каждый март. Фермеры выгружали пучки листьев
```

из своих пикапов, покупатели ощупывали их текстуру и влажность, а аукционисты высматривали подмигивания и кивки, которые скрепляли сделку.
Но производство в Мэриленде заметно сократилось. По статистике Дейва Конрада, специалиста по табаку из Университета Мэриленда, в 1946 году на аукционе в Хьюсвилле было продано около 46 миллионов фунтов табака. К 1983 году эта цифра сократилась до 37 миллионов. К 1999 году, за год до выкупа, всего 9 миллионов. В прошлом году – всего 300 000 фунтов.
Те немногие производители сигарет, которые покупали мэрилендский табак, по большинству европейские, теперь ищут поставщиков в других странах, в основном, Бразилии.
«Это колоссальные изменения для Южного Мэриленда", – говорит Эрл Хэнс, фермер в четвертом поколении и заместитель секретаря Министерства сельского хозяйства штата Мэриленд.
Ларри Джарбо, комиссар округа Сент-Мэри, который долгое время был защитником амишей, сказал, что оставшиеся фермеры поступили разумно, перейдя на берли.
«Времена меняются», – говорит Джарбо. «Ты либо поглощаешь силу удара, либо просто падаешь».
В прошлом году, в первый сезон выращивания берли фермерами Мэриленда, они продали около 500 000 фунтов. По словам Конрада, в этом году они планируют удвоить объём.
Эта цифра ничтожна по сравнению с 217 миллионами фунтов берли, ежегодно производимого по всей стране, но Конрад надеется, что доля Мэриленда продолжит расти.
«Пока производители довольны ценами, я думаю, мы и дальше будем видеть рост», - сказал Конрад.
У Кокса контракт с Philip Morris на продажу около 40 000 фунтов по цене от 1,55 до 1,60 доллара за фунт в этом сезоне. Он сказал, что зарабатывает не так много, как с мэрилендским табаком. Такой урожай продавался примерно за 1,70 доллара в конце 1990-х и начале 2000-х годов.
Тем не менее, для Кокса этого достаточно. Достаточно, чтобы содержать свою семью и выплачивать ипотеку на свою ферму площадью 352 акра, где он также выращивает кукурузу.
Берли пользуется большим спросом. По словам Пэм Хейвер, пресс-секретаря станции закупки Philip Morris, на его долю приходится около трети смесей для всех отечественных сигарет. Американским производителям берли нравится из-за его сильного вкуса и курительных свойств.
Процедура сбора урожая такая же, как и для мэрилендского табака: растения зеленеют, а примерно в конце лета листья желтеют. Затем фермеры срезают стебли и подвешивают их вверх ногами на палках, свисающих со стропил их сараев.
Стеблям требуется около месяца, чтобы высохнуть. Длинные коричневые листья - сухие, тонкие и сморщенные - становятся как страницы дневника древнего исследователя.
Фермеры вручную снимают сухие листья со стеблей и разделяют их по четырём сортам. Самые ценные листья находятся на кончике. Затем стебли разбрасывают по полю, чтобы удобрить почву на следующий сезон.

```
Гилберт Боулинг-старший, владелец склада в Хьюсвилле, где проходил
ежегодный табачный аукцион, сказал, что закат мэрилендского табака
стал возможностью начать производство берли в Южном Мэриленде, с его
хорошими почвой и климатом.
«С появлением системы выкупа крупные компании увидели возможность
получить немного берли из Мэриленда», - сказал Боулинг.
По словам Хейвер, компания довольна выращиванием берли в Мэриленде.
«Все, кто выращивает там табак, выращивает берли, и всё для Philip
Morris», - сказала она.
Некоторые фермеры говорят, что выращивать урожай по контракту проще.
52-летняя Мелинда Фишер выращивает табак вместе со своей семьей
на их участке в Механиксвилле. Она сравнивает цены на ежегодном
аукционе с результатом игры в лотерею. По контракту Philip Morris
ценообразование надёжнее.
«Нам так больше нравится», — сказала Фишер, амишка, очищая табак
в их красном амбаре с тремя своими детьми, 18-летней Рут, 17-летней
Наоми и 10-летним Джоном.
Другой фермер-амиш, 56-летний Исраэль Фишер, который выращивает
берли на соседнем участке, согласился, что «лучше без аукциона».
«Там, на аукционе, иногда цена табака поднималась не сильно, и много
было не заработать», - добавил он. «А этот табак, если его правильно
рассортировать, продается хорошо».
Но выращивать табак — тяжелая жизнь, объяснил Кокс, сидя на
подставке для ног и с головокружительной скоростью счищая листья
с табачного стебля у себя на коленях. Он испачкал руки и засыпал
хлопьями табака свои синие джинсы, бордовую толстовку с капюшоном и
коричневые ботинки.
Зимой, во время сезона обрывания листьев, по словам Кокса, он
проводит почти каждый час бодрствования — с 6 утра до 10 вечера —
в этой маленькой комнате.
«Я надеюсь, вы не возражаете против пыли и никотина, потому что
здесь их ужасно много», — предупредил Кокс глубоким голосом, только
наполовину шутя. «Я не курю. Я получаю свой никотин от работы. Вот
она, моя доза».
```

Первые восемь абзацев фокусируют нас на сокращающемся числе фермеров-производителей табака в Южном Мэриленде. Автор представляет нам Дэвида Кокса, его работу и предысторию. Это вызывает весьма средний интерес, но вот девятый абзац («гайка») затрагивает центральную мысль – изменение природы сельского хозяйства Мэриленда. Последние три абзаца (добивка) связывают конец истории с её началом, делают вывод и придают истории завершённость.

Успех фокусной истории сильно зависит от подводки. Если репортёр выбрал подводку, пусть и интересную, но слабо связанную с основной мыслью, она только собьёт с толку и раздражит читателя.

6.1.4 Драматичная сцена

В драматичной сцене два главных компонента – история и рассказчик. Её пишут, как для театральной постановки. Чтобы это сделать, нужно найти людей в центре описываемых событий и записать, что они делают.

Такое описание не означает добавление оценок автора в историю. Заметьте разницу в предложениях:

```
Студенты были разгневаны решением попечительского совета.
Студенты собрались в фойе административного здания, размахивая
руками в возражение решению попечительского совета.
```

Первое содержит частное мнение, не приписанное никому явно. Это факт или мнение репортёра? Аудитория не знает. Второе же, напротив, фокусируется на фактах.

В подводке нарратива можно рассказать о главном – самой новости, но потом сразу переключиться на хронологическое раскрытие темы, сцены прошедших событий, диалоги и т. д. Для нарратива особенно важен язык и яркие образы, «оживляющие» картинку.

Этот стиль хорош не для любой темы. Срочные новости, последние правительственные решения, выступления политиков – здесь лучше перевёрнутая пирамида. Хотя отдельные нарративные вставки могут оживить и истории других стилей.

6.2 Рекомендации по структуре текста

6.2.1 Сделайте переходы плавными

Репортёр представляет в тексте новые идеи не вдруг и не обособленно, а по отношению и в связи с ранее представленными. Для аудитории переход должен быть плавным и логичным. Для связи мыслей разных абзацев используются переходные предложения. Частая ошибка – ограничиться тем, чтобы заявить одно существование новой мысли. В нём должны быть интересные подробности, а не размытые общие слова.

```
Он также высказался о проекте бюджета.
ЛУЧШЕ: Он заявил, что бюджет был урезан, насколько это было
возможно.
```

Переход может быть оформлен и в виде вопроса. Такое предложение должно быть коротким, а за ним сразу должен следовать ответ.

```
Как же ему удаётся так хорошо играть на фортепиано в столь юном
возрасте?
«Практика, — говорит он, и улыбка расцветает на его семилетнем лице.
— Я практикуюсь четыре часа в день, каждый день. Практикуюсь, даже
когда не хочу.»
```

6.2.2 Разъясняйте

Репортёр должен избегать слов, не входящих в каждодневный лексикон аудитории. Иногда без таких слов не обойтись, и тогда их нужно сразу пояснять. Оставляя аудиторию без пояснений, вы для неё говорите загадками и можете привести её в раздражение.

Кратко разъяснять можно в скобках:

```
Закон запретит временные постройки (сараи, домики у бассейнов,
отдельно стоящие гаражи).
```

Разъяснение можно поставить сразу после слова, отделив запятой, двоеточием или тире:

```
Эми и Ральф Хагрис из Карлтона подали заявление на банкротство
по статье 13, которая позволяет им расплатиться с кредиторами
ежемесячными платежами в течение трёх лет.
```

Или поместить в следующем предложении:

```
Крупнейшие банки подняли базисную ставку до 12,5%. Базисная ставка —
это ставка, по которой банки финансируют своих лучших клиентов.
```

А можно вообще избавиться от слова, которое нужно разъяснять:

```
Она сказала, что в школе будут предусмотрены объекты K-6.
ЛУЧШЕ: Она сказала, что школа сможет принимать детей
от детсадовского возраста до 6 класса.
```

Если вам требуется пояснить не одно слово, а целый список, объяснение обязательно должно идти в тексте перед списком. Иначе аудитория может не понять ни связи между элементами списка, ни значения самого списка.

6.2.3 Иллюстрируйте

Примеры и описания делают историю интереснее и помогают аудитории лучше усвоить мысль.

Примеры особенно важны, когда вы говорите об абстрактных или малознакомых понятиях (например, на тему финансов, коммерции, философии, политической экономии). Чтобы сделать такую историю понятнее, можно провести параллель с образами, более знакомыми аудитории.

```
Вы продаёте свой дом, и ваш агент по недвижимости уверяет, что
действует в ваших интересах. Но он продаёт дом по цене ниже рыночной
своему знакомому, который перепродаёт его со значительной выгодой,
а ею делится с вашим агентом. Вы подаёте жалобу окружному прокурору.
Но агент спонсировал его кампанию, поэтому жалоба игнорируется. Это,
по сути, и есть история скандала, разразившегося вокруг паевого
фонда.
```

В описаниях используйте факты, а не собственные суждения о них, особенно когда речь идёт о людях.

```
Батлер выглядел так, как будто одевался в спешке.
ЛУЧШЕ: Рубашка Батлера застёгнута лишь наполовину, он в разных
носках, шнурки на ботинках развязаны, а волосы не причёсаны.
```

6.2.4 Юмор

Смешные истории – находка для редактора, потому что с ними истории интереснее. Но смешную историю особенно трудно написать.

Не надо «делать историю смешной». Если она смешная, это должно быть очевидно из фактов. Не указывайте нарочно их комичность. Представьте факты, и пусть аудитория сама сделает выводы. Например, говоря о забавных законах, не надо называть их «забавными» в тексте, просто опишите их (есть законы, запрещающие перевозить коров на школьных автобусах или разбивать более трёх предметов посуды в сутки).

Восприятие юмора очень личное. Смешное одному, может ранить или рассердить другого.

6.2.5 Будьте справедливы

Журналисты, рассказывая о конфликте, должны уделить сопоставимое внимание (и объём текста) и дать высказаться обеим сторонам. Если в истории они критикуют какую-либо персону, необходимо дать ей возможность ответить. Например, NYT закрепило этот подход в своей внутренней политике: человек должен иметь возможность ответить на критику сразу же. Если связаться с ним не удаётся, редакторы могут даже отложить выход сюжета. Если такой сюжет всё же выходит, а также если этот человек прямо отказался отвечать, этот факт необходимо отразить в тексте.

6.2.6 Редактируйте

Будьте усердны и безжалостны при редактировании. Перечитывайте и редактируйте снова. Ленивые репортёры спешат сдать историю редактору – они самонадеянно считают, что не допустили ошибок или что редактор должен их найти. Если редактор пропустит эти ошибки, краснеть придётся всем, особенно репортёру. Если не пропустит, статья может потребовать обширной переработки – труда и недовольства всем только прибавится.

7 Цитирование

Цитаты делают историю ярче и интереснее. Но вплести их в историю может быть непросто. Для этого есть три формы: прямое, непрямое и частичное цитирование.

```
Амброуз сказал: «Студенты факультета журналистики должны работать
над общественными, экономическими, политическими идеями. Сегодня же
в школах журналистики слишком много ремесленничества. Студенты
поглощены незначительными техническими вопросами вроде как написать
заголовок». (прямая цитата)
Амброуз сказал, что студенты факультета журналистики должны в первую
очередь работать над идеями, а не техникой. (непрямая цитата)
Амброуз раскритиковал «ремесленничество» на факультетах журналистики
и сказал, что студенты должны работать, в первую очередь,
над идеями, а не техникой. (частичное цитирование)
```

7.1 Прямая цитата

Вы приводите прямую речь вашего источника. По правилам языка, прямую речь необходимо заключить в кавычки.

Такое цитирование используют, когда источник говорит что-то важное (возможно, спорное) в необычной, яркой манере:

- чтобы источник напрямую обратился к вашей аудитории;
- когда вы не можете сказать то же лучше (точнее, короче, ярче);
- чтобы связать спорное утверждение с источником;
- подтвердить свидетельство;
- показать характер говорящего.

Лучшие цитаты коротки и полны эмоций.

Часто репортёры сначала кратко объясняют основную мысль, а затем приводят цитату, чтобы её объяснить или добавить подробностей. В этом случае важно проследить, чтобы цитата вносила в историю новую информацию.

7.2 Непрямая цитата

Речь источников не всегда пригодна для прямого цитирования. Тогда её лучше опустить или перефразировать.

```
Эдна Царски сказала: «Женщины не получают те же налоговые и
страховые льготы, что и мужчины, а пособия по беременности и родам
не покрывают даже малую часть того, что должны».
ПЕРЕФРАЗИРОВАНО: Эдна Царски сказала, что женщины не получают
ни налоговых и страховых льгот наравне с мужчинами, ни адекватных
пособий по беременности и родам.
```

Такое цитирование используется, когда источники не выражают свою мысль эффектно. Пока интервью не закончилось, вы можете помочь собеседнику дать ответ, достойный прямого цитирования, с помощью хороших уточняющих вопросов.

Избегайте цитировать очевидные высказывания или похвалу самим себе, это скучно читать.

7.3 Частичная цитата

Если у репортёра под рукой только слабая или запутанная цитата, он может взять из неё лишь несколько слов, а остальное перефразировать. Это часто получается неудачно. Особенно раздражают и отвлекают предложения с несколькими такими вставками. Чаще всего кавычки лучше просто опустить, превратив цитату в непрямую.

```
Он сказал, что короли прессы, «такие как Вильям Рэндольф Хёрст»,
создали «удивительно богатое разнообразие» газет.

Лучше: Он сказал, что короли прессы, такие как Вильям Рэндольф
Хёрст, создали удивительно богатое разнообразие газет.

Он пожаловался, что никто не «понимает» его проблему.
Лучше: Он пожаловался, что никто не понимает его проблему.
```

Но частичные цитаты могут помочь точнее указать на источник противоречивой или просто важной фразы:

```
Фил Донахью обвинил телевизионного критика в том, что тот «печатает
бритвенными лезвиями».
Петиция, на которой настаивает городской совет, запретит продажу
журналов «Плейбой» и «Пентхауз» «ради наших жён и детей».
```

7.4 Смешивание цитат с нарративом

Вы должны подчинить все элементы истории её центральной мысли. Однако ваши источники часто будут высказываться сразу по большому спектру тем, иногда далёких от вашей истории. В таких случаях нужно сохранять фокус и творчески вплести подходящие фрагменты цитат в ваш нарратив. И здесь встаёт ряд проблем.

7.4.1 Пояснение цитат

Полезная цитата может быть трудной для понимания. Когда репортёр добавляет такую цитату в историю, он ищет способ её пояснить.

Ленивый автор может сделать это прямо на месте с помощью скобок. Щедро сдобренный ими (скобками) текст автора (ваша история) становится трудным для чтения (и понимания): читателю нужно каждый раз делать паузу и отвлекаться от основного повествования. Нечастое использование скобок допустимо, но предложения, где требуется несколько их пар, надо перефразировать.

Несколько лучшее решение – добавить пояснение после цитаты. Такая конструкция «задом наперёд» заставляет аудиторию закончить предложение до того, как его удастся понять. Это некомфортно.

```
«Мы мобилизуемся для экономической войны с другими городами и
странами,» — сказал мэр о своём плане привлечения нового бизнеса
в город.
```

Вместо применения оборота «сказал о» переверните предложение и используйте непрямую цитату:

```
Мэр сказал, что его план привлечения нового бизнеса приведёт
к мобилизации для экономической войны с другими городами и странами.
```

Если вы цитируете ответ, исходный вопрос лучше опустить. Сохранять его стоит, только когда он задаёт контекст для ответа лучше нарратива.

7.4.2 Исправление цитат

Иногда вы встретите в цитатах слова, неподходящие для использования в истории: грамматические и лексические ошибки, брань. Возникает искушение исправить ваш источник. Следует ли так поступать – дискуссионный вопрос. Например, Associated Press прямо запрещает своим репортёрам это делать. Политика других редакций может быть иной. Это не касается ругательств, т. к. их использование может быть запрещено законом (как в США). Ругательства-паразиты, добавляемые в речь непроизвольно, можно исключить.

В любом случае, нельзя допускать искажения смысла цитаты. Если вы сомневаетесь, превратите цитату в непрямую.

7.4.3 Редактирование цитат

Избегайте непреднамеренного редактирования цитат, искажающего её смысл.

```
Мэр дал понять, что город не может позволить увеличение заработных
плат.
ЛУЧШЕ: Мэр сказал, что город не может позволить увеличение
заработных плат.
```

Оборот «дал понять» подразумевает определённую манеру речи и убеждённость. Именно поэтому так часто используется сухое и безликое слово «сказал» – оно не привносит лишнего контекста.

```
Каждый месяц сенатор Вильям Проксмайр вручал «Золотую Блоху» —
награду за крупнейшую, самую ироничную или нелепую бессмысленную
трату государственного бюджета.
ЛУЧШЕ: Каждый месяц сенатор Вильям Проксмайр вручал «Золотую Блоху»
— награду за то, что он считал «крупнейшей, самой ироничной или
нелепой бессмысленной тратой государственного бюджета».
```

Здесь частному мнению придаётся вид объективной оценки, хотя некоторые лауреаты этой премии впоследствии убедительно доказывали неправоту сенатора.

7.5 Атрибуция

Общеизвестные факты можно просто констатировать: Москва – столица РФ. Однако есть ряд утверждений, при которых репортёр обязан дать ссылку, атрибутировать высказывание:

- спорные утверждения,
- мнения (в т. ч. обвинения и похвалы),
- прямые и непрямые цитаты.

Ссылаться лучше в начале, конце предложения или в смысловой паузе посередине. Нельзя разрывать единую мысль:

```
НЕВЕРНО: «Я ещё,» — сказал генерал МакАртур, — «вернусь».
ВЕРНО: Генерал МакАртур сказал: «Я ещё вернусь».
ПРИЕМЛЕМО: «Некоторых на войне убивают, некоторых ранят,» — сказал
президент Кеннеди, — «а некоторые не покидают свою страну. Жизнь
несправедлива.»
```

Читателям надо как можно раньше сообщить, кто говорит, и не заставлять гадать об этом. Для длинных цитат ссылка должна идти не позже второго – третьего предложения.

Обязательна ссылка в самом начале, когда за цитатой одного источника сразу идёт цитата другого.

При смешивании частичных и прямых цитат на их стыке может возникнуть путаница с местоимениями. Этот стык – подходящее место для ссылки:

```
НЕВЕРНО: Росс сказал, что ожидает найти работу «в ближайшие недели.
И когда я её найду, первым делом куплю новую машину».
ПРИЕМЛЕМО: Росс сказал, что ожидает найти работу «в ближайшие
недели». И добавил: «И когда я её найду, первым делом куплю новую
машину».
ЛУЧШЕ: Росс сказал, что ожидает найти работу в ближайшие недели. «И
когда я её найду, первым делом куплю новую машину,» — добавил он.
```

Для прямой цитаты достаточно единственной ссылки, даже когда она содержит несколько абзацев. Так читатель понимает, кому принадлежат все слова между кавычек. С непрямыми цитатами сложнее – они распадаются на множество потенциально спорных утверждений. Иногда лучше добавлять ссылку в каждое предложение с непрямой цитатой.

```
НЕВЕРНО: Шеф полиции настаивал, что смертная казнь должна быть
сохранена. Смертная казнь, какой бы жестокой ни казалась, защищает
жизни и права законопослушных граждан. Без неё права преступников
защищены в ущерб прочим лицам. Из-за почти неограниченной системы
апелляций, маловероятно, что к смерти приговорят невиновного.
ВЕРНО: Шеф полиции настаивал, что смертная казнь должна быть
сохранена. Смертная казнь, какой бы жестокой ни казалась, по его
словам, защищает жизни и права законопослушных граждан. По его
мнению, без неё права преступников защищены в ущерб прочим лицам.
```

```
Из-за почти неограниченной системы апелляций, согласно его оценке,
маловероятно, что к смерти приговорят невиновного.
```

Чтобы текст не получился монотонным, можно чередовать прямые и непрямые цитаты.

8 Интервью

Когда вы хотите сообщить что-то актуальное, вам чаще всего потребуется хотя бы одно интервью. Удачные интервью не происходят сами по себе, а являются результатом планирования и подготовки.

8.1 Подготовка к интервью

8.1.1 Определите цель интервью

Цель интервью надо сформулировать заранее. Она связана с тем, какую историю вы готовите. Три главных типа историй: новостные истории, описания, расследования.

Для новостной истории репортёр собирает с интервьюируемых конкретные факты, чтобы потом соединить их в целостный рассказ. Поэтому от интервью вы будете ожидать:

- факты и подробности: даты, имена и т. п.;
- хронологию событий
- раскрытие отношений между участниками происшествия
- выявление взаимосвязей и влияния событий;
- примеры из жизни, иллюстрирующие произошедшее.

Для описания, например, биографического, нужно то же, что и для новости, а также:

- как описываемый выглядит или одевается;
- его манеры;
- среда, в которой он живёт или работает;
- запахи, звуки, текстура, связанные с этими местами (чтобы вовлечь воображение и все чувства аудитории).

Биографические истории требуют много интервью, и часто эти беседы приятны для всех участников. Но если вы ведёте расследования, разговоры будут весьма напряжёнными. Чаще всего расследуют какой-либо проступок, и ваши собеседники могут бояться потерять свою работу или репутацию. Кроме пунктов, указанных выше, для расследования потребуются:

- описание событий по версии интервьюируемого;
- объяснение противоречий;
- ответы на обвинения или подозрение.

Опытные репортёры рассматривают интервью как общение, но это общение с особой целью: собрать информацию для незримой аудитории. Чтобы достичь цели, нужно контролировать процесс общения. Это получится, если подготовиться к беседе.

1. Определите цель. Какое это интервью? Какая информация необходима для истории?
2. Решите, кого будете интервьюировать. В некоторых случаях для сбора требуемой информации нужен неочевидный собеседник.

3. Рассмотрите характер интервьюируемого. Если это ваш знакомый либо официальное лицо, а вы пишете новостную статью, этот шаг может быть неважен. В ином случае на этом шаге вы должны построить стратегию вашей беседы.
4. Определите области интереса. На каких темах вы сфокусируетесь? Какие вопросы вам помогут собрать нужную информацию?
5. Предвосхитите возможные ответы. Иногда реакция собеседника предсказуема, и вы можете заранее продумать последующие вопросы для развития беседы.

8.1.2 Выберите источники

Задавшись целью, определите, кого будете интервьюировать. Если вы готовите биографический сюжет, вы естественно обратитесь к главному герою сюжета, его друзьям и противникам. Но если ваша история о происшествии, вам ещё нужно догадаться, с кем беседовать.

Когда вы не отягощены жёстким дедлайном, вы можете проинтервьюировать всех потенциальных лиц, обладающих ценной вам информацией. Интервьюируемые могут указать на ранее неизвестных вам лиц, которые могут знать что-то важное. Так вы можете расспрашивать источники один за другим, пока их список не иссякнет.

Подход меняется, когда нужно успеть к сроку. Вы должны быть избирательны. Проработайте те источники, которые:

1. обладают нужной информацией,
2. выразительны, то есть могут просто и интересно сформулировать сложные вещи.

Помните, что по этим критериям документ может быть лучше человека.

При поиске нужных людей руководствуйтесь правилом: отвечать должен тот, кто принимал решения. Корпорации любят подсовывать журналистам сотрудников своей PR-службы – это редко будет вам полезно.

Принимая решение о числе источников, рассмотрите, как минимум, четыре фактора.

1. Наличие дедлайна
   Больше времени – больше охват источников. Если вы не успеете опросить ключевых участников до дедлайна, скажите об этом прямым текстом.
2. Экспертизу потенциальных источников по теме
   Если вам доступны эксперты, хорошо разбирающиеся в теме истории, может быть достаточно трёх-четырёх. Если их знания ограниченны, придётся проработать десятки источников.
3. Глубину противоречий по предмету
   Если тема не вызывает общественных споров (например, полиомиелит), может быть достаточно одного источника. В более острых вопросах (помогут ли стволовые клетки вылечить болезнь Альцгеймера?) источники должны осветить все разумные точки зрения.
4. Сложность темы
   Сложные истории требуют многостороннего освещения на основе многих источников.

8.1.3 Исследуйте тему заранее

Интервьюер должен понимать тему истории. Некоторые журналисты даже утверждают, что интервьюер должен разбираться в узкой теме, нужной для истории, лучше самого интервьюируемого. Для этого нередко надо изучить доступные публикации в библиотеке или в Сети.

Почему важна предварительная подготовка?

- вы не потратите ценное время интервью на тривиальные вопросы,
- ваши вопросы будут интереснее и помогут собеседнику раскрыться и сообщить что-то уникальное,
- меньше риск упустить что-то важное,
- вы вероятнее опознаете важные тезисы собеседника и с умом зададите уточняющие вопросы,
- вам будет легче заметить непоследовательные и уклончивые заявления собеседника,
- вы узнаете о вспомогательных источниках информации для истории,
- ваш собеседник увидит ваш интерес к теме, будет больше вам доверять и лучше раскроет тему в беседе,
- вы снижаете потребность в повторном интервью: если вы будете разбираться в теме после беседы, наверняка вам понадобится что-то уточнить.

8.1.4 Заготовьте вопросы

Ваши вопросы должны выуживать из источников как можно больше информации. Поэтому открытые вопросы лучше, чем закрытые. В примере первый вопрос сразу же требует последующего уточнения, а второй предлагает отвечающему изложить развёрнутый анализ.

```
ПЛОХО: Новый налоговый режим повредит школам?
ЛУЧШЕ: Как новый налоговый режим повлияет на школы?
```

Вопросы «какой», «как» и «почему» провоцируют отвечающего более полно раскрыть свою мысль, чем «кто», «когда» и «где». Кроме того, они коротки и нейтральны.

Избегайте навязывания ответа собеседнику. Вопросы типа «Вы разгневаны?» или «Было ли вам страшно?» не только ограничивают ответ «да» или «нет», но и навязывают определённую точку зрения. Собеседники могут не захотеть рассказывать свою историю тем, кто и так всё знает. Достаточно нейтрального: «Расскажите, что с вами случилось».

Внимательно слушайте ответы. По ходу ответа вы можете обдумывать следующий вопрос, но никогда не перебивайте собеседника.

Если вы не поняли ответ, попросите уточнения. Иногда для этого придётся задать вопрос, кажущийся наивным или глупым. Не бойтесь этого. Гораздо хуже ошибочно решить, что всё ясно и предстать невежей перед собеседником или своей аудиторией.

Чтобы получить специфичные детали для вашей истории, задайте вопросы, вызывающие в ответ случаи из жизни: какое расследование было самым тяжёлым в вашей карьере? какие телепередачи вы считаете самыми вредными для детей? чего вы больше всего боитесь во время живого выступления?

Избегайте частых ошибок:

1. Задавайте вопросы, а не утверждайте: вопрос вызовет пространный ответ, а утверждение может напугать собеседника так, что он не станет опровергать вас, даже если не согласен.
2. Не задавайте двухчастные вопросы, когда может быть непонятно, на какой именно ответил собеседник. Когда Билла Клинтона спросили: «Была ли Дженнифер Флауэрс вашей любовницей в течение 12 лет?» – он ответил: «Это предположение ложно». Он опроверг характер или длительность отношений?
3. Избегайте оценочных слов в ваших вопросах. В вопросе: «Мэр, ваш бюджетный замысел спасёт город от банкротства?» – слово «замысел» имеет нежелательную смысловую окраску. Лучше использовать нейтральное «план».
4. Не подталкивайте собеседника к определённому ответу. Вопрос «Было ли у грабителя ружьё?» намекает, что ружьё должно было быть. Если собеседник не уверен, у него будет соблазн согласиться с вами вместо рассказа о своих сомнениях.

8.2 Проведение интервью

Интервьюирование требует практики. Наиболее преуспевшие в нём репортёры занимались этим ремеслом годами. Ваши первые результаты могут вас разочаровать, но работа над ошибками и настойчивость помогают совершенствоваться лучше, чем уязвлённая гордость.

8.2.1 Выберите место

Для некоторых собеседников интервью это стресс. Это помешает им быть естественными и помочь вам рассказать историю. Если вы выберете место, где такой собеседник будет в своей тарелке, ему будет легче дать вам интересный материал. Это может быть его дом или офис. Эта обстановка также может натолкнуть вас на интересные подробности или помочь сформулировать вопросы о вашем собеседнике, его жизни или работе.

Редакция – неудачное место интервью. Там суетно и шумно.

Опытные репортёры избегают кафе и ресторанов. Идея выглядит заманчивой, но вам могут мешать официанты и посетители, а приём пищи будет отвлекать участников. Кроме того, расходы должна будет понести редакция, чтобы не возникло сомнений в беспристрастности истории. А это накладно, если происходит постоянно.

Где бы не проходило интервью, пребудьте туда заранее и придерживайтесь отведённого времени.

8.2.2 Организуйте разговор

Сначала обозначьте цель интервью, если не сделали этого ранее.

В коротких интервью переходите сразу к главным вопросам. В длинных чаще всего уместна лёгкая беседа на несколько минут, чтобы интервьюируемый расслабился.

Вы, а не собеседник, ведёте интервью. Это значит, что именно вы:

- выбираете вопросы,
- контролируете, что вы не отклонились от темы,
- следите за полнотой ответов.

Вопросы сгруппируйте по темам или хронологическому порядку, прямому или обратному.

Начать лучше всего с лёгких вопросов общего характера, чтобы «растопить лёд» в беседе и установить между вами контакт. Трудные вопросы приберегите к концу встречи, особенно если они могут вызвать эмоциональную реакцию. Если такое случится, и собеседник прервёт разговор, вы не уйдёте с пустыми руками.

Ведите разговор по плану. Если вы хорошо подготовились, неожиданностей не возникнет. Но если ответы перевернут ваше понимание темы, будьте готовы пересмотреть первоначальный план в ходе разговора.

В конце обязательно спросите, что бы собеседник хотел добавить. Нередко на этот простой вопрос вы получите в ответ интересные детали. Также попросите собеседника порекомендовать вам другие источники (людей или документы), чтобы подтвердить или дополнить полученные сведения. Полезно согласовать удобное собеседнику время и способ ответа на ваши уточняющие вопросы, которые появятся позже.

Завершая встречу, поблагодарите собеседника.

8.2.3 Неохотные собеседники и трудные вопросы

Как правило, люди охотно дают интервью: их привлекает возможность поделиться своими взглядами. Но иногда вы встретите недоброжелательность. Такие люди боятся, что тема слишком сложная и непонятная; их предыдущий опыт сотрудничества с репортёрами был неудачным; они подозревают, что история покажет их в невыгодном свете.

Столкнувшись с таким отношением, прежде всего определите его причину. Иногда вы сможете её устранить. Разъясните цель интервью. Покажите, что вы подготовились и знакомы с темой. Найдите тему, интересную для собеседника, чтобы создать доверительную атмосферу.

Если вам нужно задать неудобный вопрос, сохраняйте беспристрастность. Для этого избегайте оценочных суждений в формулировках. Иногда репортёру полезно сформулировать вопрос так, чтобы дистанцироваться от оценок, явных или подозреваемых. Полезные приёмы:

- сошлитесь на чью-либо точку зрения: «Канцлер Смит, некоторые члены кафедры считают, что вы уделяете больше внимания спортивным достижениям колледжа, чем его академическим успехам. Как бы вы им ответили?»;
- подсластите ваш вопрос. Спросить: «О чём в своём браке вы сожалеете?» – легче, чем: «Вы били свою жену?»;
- попросите собеседника разъяснить его предыдущие высказывания или дать свою версию противоречивых событий;
- расспросите собеседника о других людях; по мере их рассказа будет легче перейти к обсуждению их собственных действий;
- попросите интервьюируемого назвать людей, которые их поддерживают или критикуют; сразу же можно уточнить у собеседника, что бы рассказали эти люди. Так вы не только раскроете точку зрения собеседника, но и поймёте, кого ещё можно проинтервьюировать;
- будьте настойчивы: если собеседник вешает трубку или хлопает перед вами дверью, вернитесь к нему на следующий день или через неделю.

Если вы находите ответ неполным, переформулируйте вопрос и уточните. И наоборот, вы можете выдержать паузу, чтобы собеседник понял, что вы ждёте продолжения ответа.

Если вы хорошо подготовились, вы сможете выявить ложь. Бывает полезно не перебивать и выслушать такой ответ до конца, лишь задавая уточняющие вопросы. И лишь дав собеседнику высказаться, начать разбирать его ответ на части и докапываться до правды.

8.2.4 Особые ситуации

В самом начале интервью по телефону чётко представьтесь и сообщите, для какой организации готовите историю. Не представляйтесь иначе, чем репортёром. Обязательно спросите разрешение на запись беседы. Телефонные интервью экономят много времени, но подходят лишь для коротких разговоров. Для глубинных интервью, где важно установить эмоциональный контакт, личное общение предпочтительно.

Интервью можно взять и через электронную почту. Так вы получите более обдуманные ответы. Так проще достучаться до очень занятых людей. Но вы получите только голый текст: ни мимика, ни тон голоса, ни язык тела собеседника не будут вам доступны. Также с электронной почтой особенно важно убедиться, что вам отвечает именно нужный вам человек.

Интервью в прямом эфире принципиально отличается от такового для письменной истории. Если во втором случае интервью – это сырьё для написания, то в первом оно – сама история. Поэтому требуется ещё больше мастерства, чтобы подготовить вопросы и управлять ходом беседы. Кроме того, нужно договориться о совместной работе с техниками по камерам и звуковому оборудованию

8.2.5 Как вести запись

На интервью приходится балансировать между задаванием вопросов и записью ответов. Если вы не запишете сказанное, то большую часть забудете. Мало кто из репортёров знает стенографию, но все тренируются писать быстро. Например, вырабатывают систему сокращений часто употребляемых слов и имён. Пересмотрите свои записи сразу же после интервью, пока ваша память свежа. Садитесь за написание истории также без промедления, чтобы не забыть ничего важного.

Диктофонная запись освобождает вам не только руки, но и ум. Диктофон записывает вообще всё сказанное. Часто, переслушивая запись, вы найдёте важные высказывания, на которые не обратили внимания в ходе беседы. Минус диктофона в том, что работа с такой записью отнимает много времени. Чтобы компенсировать этот недостаток, репортёры параллельно делают письменные заметки.

Запись беседы на диктофон без разрешения собеседника неэтична и во многих странах незаконна.

9 Выступления и встречи

История о выступлении, как и любая другая, должна иметь центральную мысль и структуру. Но из-за фрагментарности выступления сформулировать их бывает особенно трудно.

9.1 Структура

Чаще всего надо выбрать одну мысль из выступления как ключевую. Выбор определяется вашим суждением о том, что будет важно и интересно аудитории.

Если во встрече было поднято несколько тем, выберите одну-две самые важные и резюмируйте их в подводке. Остальные две-три важные резюмируйте во втором и третьем абзацах. Затем раскройте указанные мысли в порядке убывания важности.

```
Образовательный Совет во вторник вечером окончательно одобрил
очередной годовой бюджет — через две недели после начала учебного
года.
Члены Совета также утвердили инструкции подкомитету, участвующему в
судебном разбирательстве по поводу государственной поддержки
образования.
Также Совет назначил отдельное заседание по планированию найма
нового школьного суперинтенданта.
```

Другой способ – в подводке резюмируйте одну ключевую мысль, затем сделайте краткий переход и перечислите остальные мысли списком, нумерованным или с буллитами. Тезисы в списке должны быть сформулированы однородно: полные/ неполные предложения, глаголы/ существительные, время глаголов. Дальше по ходу истории раскройте каждую мысль из списка более подробно.

```
Карлос Диаз, кандидат в губернаторы от Демократической партии,
прошлым вечером обещал «урезать налоги в штате минимум на 20
процентов».
Диаз заявил, что штат может сэкономить миллиарды долларов благодаря:
  ▪ сокращению минимум 10 процентов работников администрации штата,
  ▪ найму частных подрядчиков на строительство и эксплуатацию
    тюрем,
  ▪ введению «трудовой повинности», по которой каждый
    трудоспособный получатель соц. пособия будет обязан учиться или
    работать,
  ▪ реформированию системы образования штата, чтобы запретить
    тенуры и сократить административный персонал.
```

Если в выступлении была одна главная мысль и несколько вспомогательных, вы можете начать историю с главной. После её раскрытия перечислите вспомогательные списком.

Никогда не пишите о какой-либо теме лишь то, что она была затронута. Если тема достаточно важна, чтобы её упоминать, сообщите аудитории значимую информацию о ней.

9.2 Подводка

То же касается подводки: в ней должна быть новая содержательная идея.

```
Президент Коммерческой палаты в своей речи во вторник затронул
опасность повышения налогов.
```

Здесь нет новости. Новость в том, что именно было сказано по этой теме. Сравните:

```
Если администрация продолжит поднимать ставку налога
на недвижимость, крупный бизнес покинет город, оставляя за собой
тысячи безработных, как заявил президент Коммерческой палаты
во вторник.
```

Чаще всего новость заключена в содержании сказанного. Но иногда важнее иные аспекты выступления:

```
Тенет, директор разведуправления, впервые признал, что
разведывательная сеть США могла преувеличить незаконные запасы
оружия в Ираке, отчасти из-за того, что у них не получилось
проникнуть во внутренние структуры иракского правительства.
```

К этому времени многие даже в правительстве критиковали указанные разведывательные отчёты. И новость в том, что именно Тенет признал их недостатки.

Другой вариант подводки – взять пример из жизни, приведённый в выступлении, или фрагмент диалога со встречи. Так вы подведёте аудиторию к абзацу с основной мыслью.

```
Cheetos — популярный перекус в США, но их продажи провалились
в Китае, как заявил Роджер Энрико, генеральный директор PepsiCo
в эту пятницу.
Когда компания группы PepsiCo выводила Cheetos на китайский рынок,
менеджмент выяснил, что китайские потребители не любят сыр и
не любят закуски, оставляющие жёлтую пыль на их пальцах. Об этом
Энрико рассказал университетской аудитории Колледжа Делового
Администрирования. Теперь Frito-Lay продаёт китайской аудитории
сырные слойки с ароматом стейка.
По словам Энрико, международные компании часто сталкиваются
с раздражением и неудачами, как в данном примере с PepsiCo
и Cheetos.Но эти организации стремятся быть гибкими и реалистичными,
потому что заграничный бизнес интересен и прибылен.
```

Анекдот помогает зацепить внимание читателя. Но он обязательно должен понятно подводить к ключевой мысли и поддерживать её.

9.3 Думайте о вашей аудитории

Каждое предложение должно быть написано с заботой о вашей аудитории, её нуждах и интересах.

Обязательно разъясняйте жаргон, особенно бюрократический язык, свойственный государственным органам. Иначе ваша история не будет понятна аудитории.

Проверяйте факты. Ваша ответственность гораздо шире простого пересказа выступления. Вы должны показать противостоящие точки зрения, привести комментарии экспертов и проверить факты. Выступающий может подавать информацию односторонне или ошибаться – вы не должны повторять его путь. А ещё это позволит вам избежать репутационного ущерба и преследования по законам.

Частые ошибки

Последовательность информации должна быть продиктована её важностью, а не банальной хронологией. Это частая ошибка, особенно при освещении встреч с обширной повесткой. Элементы повестки редко бывают упорядочены по важности.

Избегайте частых атрибуций. Новички часто начинают каждый абзац с имени выступающего: он сказал, он отметил, он предложил... Такой текст скучно читать, переработайте его.

10 Описания

Новостная история говорит о событии и его значении. Описательная же история рассказывает о личности, месте, процессе или идее. Такие истории пишутся в нарративной форме и делают больший упор на эмоциональное восприятие. Для них нет готовых рецептов структуры, таких как обратная пирамида.

Примеры типов описаний приведены ниже.

- Описание личности – рассказывает об интересном человеке. Таком, который преодолел значительное препятствие, у которого есть примечательное увлечение, неординарная карьера или яркие черты характера. История же должна не просто рассказывать о фактах, а раскрывать личность такого человека. Самые удачные описания создают ощущение, что вы лично пообщались с этим человеком.
- Историческое описание – часто их готовят к юбилею памятного события: военных действий, избрания президента, стихийного бедствия. Они могут быть связаны и с текущими событиями и отражать ранее произошедшие схожие происшествия.
- Приключение – описывает волнующий опыт людей, например, прошедших через войну, катастрофу или необыкновенное испытание.
- Как-это-сделать – объясняет аудитории, как решить определённую задачу. Решение разбивается на несколько понятных исполнимых шагов.
- Рассказ о профессии или увлечении – раскрывает аудитории опасную или редкую деятельность. Наоборот, можно взять будничную работу (официанта) и показать её как захватывающую.
- Закулисная история – показывает малозаметную, но важную часть публичного мероприятия или работы, которая знакома немногим.

Окончание описательной истории должно создавать чувство завершённости. Можно закончить историю анекдотом или цитатой. Избегайте подведения итогов в виде резюме: они часто повторяют мысли из основной части и потому скучны.

11 Специальные темы

11.1 Цифры и статистика

Много информации вы встретите в форме чисел: бюджеты, военные потери, доходы, дивиденды, годовые отчёты, даже спортивные результаты. Некоторые сюжеты даже строятся вокруг статистических отчётов: уровня преступности, производительности труда, энергопотребления, безработицы и др. Репортёр должен уметь представлять числа интересно и наглядно.

Для начала старайтесь объяснить числа словами, которые аудитории понять легче. Для этого статистические данные надо осмыслить и сделать вывод. Отметьте тренды, минимумы и максимумы, регулярные значения и выбросы.

Голым числам недостаёт контекста. Объясните их через сравнения, чтобы аудитории было проще их представить. Например, за один годовой период войны в Ираке погибло 12 617 мирных жителей. Это трагедия, но многие американцы могут относиться к ней достаточно спокойно: каждый год 40 000 мирных американцев гибнет только в автомобильных авариях.

```
Годовой отчёт Пожарного департамента утверждает, что в прошлом году
его сотрудники ответили на следующее количество вызовов по типам:
угрозы бомб, 60; пожары электропроводки, 201; ложное срабатывание
системы оповещения, 459; первая помощь, 1 783; возгорание матрасов,
59; возгорания при готовке на кухонных плитах, 78; спасение и
освобождение, 18; промывка (обычно удаление следов ГСМ на месте
автомобильных аварий), 227; спасение на воде, 46.
ЛУЧШЕ: Когда Саре Киндстром потребовалась помощь, Пожарный
департамент ответил на вызов. Сердечный приступ Киндстром на прошлой
неделе был одним из 5 024 вызовов, отработанных Департаментов за
последний год. Чаще всего это были вызовы для оказания первой
помощи, согласно выпущенному сегодня отчёту Департамента.
Пять наиболее частых типов включали, по убыванию числа: первая
помощь, 1 783; ложное срабатывание системы оповещения, 459; промывка
(обычно удаление следов ГСМ на месте автомобильных аварий), 227;
пожары электропроводки, 201; возгорания при готовке на кухонных
плитах, 78.
Другие типы включали: угрозы бомб, 60; возгорания матрасов, 59;
спасения на воде, 46; спасение и освобождение, 18.
```

Истории, опирающиеся на цифры, могут быть трудны для понимания и скучны. Задача репортёра – сделать их интересными, чтобы поддержать внимание аудиторию до конца текста. В этом помогает необычная природа того, что стоит за числами, и их влияние на жизнь людей.

11.2 Неформальные опросы

Часто репортёрам интересно, что люди думают по определённому вопросу. В таких случаях можно опросить местных экспертов или встречных на улице. Опросы можно также проводить через интернет. Например, среди посетителей вашего веб-сайта или канала.

Это быстро и дёшево, но важно понимать: так нельзя получить точную картину общественного отношения к проблеме. Если ваша цель такова, то нужно не только точно подобрать и сформулировать вопросы, но и обеспечить репрезентативную выборку респондентов. Этим занимаются специализированные подразделения или целые компании.

Несмотря на это, неформальный опрос может дать интересный материал для истории, в т. ч. локализовать её. При этом особенно важны точные формулировки.

```
1: Сто студентов колледжа во вторник опросили об отношении к войне
на Среднем Востоке.
2: Сто студентов колледжа дали различные ответы на вопрос: «Должны
ли США участвовать в войне на Среднем Востоке?».
```

```
3: Сто студентов колледжа были опрошены во вторник, и большинство
ответило, что США должны участвовать в войне на Среднем Востоке,
но только если на них нападут первыми.
4: Шестьдесят восемь из ста студентов колледжа, опрошенных
во вторник, ответили, что США должны участвовать в войне на Среднем
Востоке, но только если на них нападут первыми.
```

В первом примере нет самой новости – результатов опроса. Второй утверждает очевидное: у людей разные мнения на спорную тему. Третий пример всё ещё недостаточно конкретный, т. к. количественная мера большинства не ясна. Четвёртый пример лучше. Обратите внимание, он не утверждает, что таково отношение 68% всех студентов!

Два-три абзаца после подводки должны кратко описать ключевые тезисы и тренды. После этого нужно сообщить точный вопрос, который вы задавали каждому респонденту.

Можно привести цитаты, ярко иллюстрирующие ответы. В таких случаях требуется идентифицировать говорящего (имя, возраст, адрес). Если респондент отказывается это сделать, можно:

1. узнать причину нежелания и попытаться преодолеть их возражения;
2. предложить идентифицировать их по возрасту или роду занятий вместо имени;
3. поблагодарить их и найти других респондентов.

Не навешивайте ярлыки, приводя ответы: не характеризуйте ответы как, например, «интересные», «вдумчивые», «неосведомлённые», «искренние».

В заключительном абзаце истории не нужно представлять резюме опроса. Там должен быть итог всей истории, и место ему именно там.

11.3 Конвергенция СМИ

Конгломераты СМИ, владеющие одновременно газетами, радиостанциями, телевидением и Интернет-порталами становятся крупнее и многочисленнее. Они требуют, чтобы репортёр распространял одну и ту же информацию разнообразными способами: сначала он готовит газетную статью, потом он выступает с этим сюжетом по ТВ, а затем публикует текст на сайте. Это явление называется конвергенцией СМИ.

Это явление затрагивает не только организации и репортёров, но и взаимодействие с аудиторией вообще. Если раньше газета, например, предлагала аудитории давать обратную связь через письма, то сейчас, с появлением блогов, способов общения гораздо больше.

Журналисты будущего должны быть гибкими, им потребуется больше навыков. Студентов журналистики уже учат быть не только хорошими писателями и редакторами, но и мастерски владеть устным словом, чтобы представлять новости в реальном времени.

Сначала они учатся хорошо писать: орфографии и пунктуации, стилю и композиции. Это навык, нужный в любой информационной среде. Затем идёт подготовка текста к печати в бумаге и Интернете. В дополнение к этому, их учат снимать и редактировать видео, записывать аудио и делать веб-анимацию. Журналист будущего – универсальный солдат.

11.4 Трансляции

Под трансляцией мы понимаем любую передачу сигнала через радио, телевидение или Интернет. Она, как и письменный текст, информирует аудиторию, но делает это по-другому. Ведь трансляция воспринимается с помощью других чувств и в иной обстановке. Поэтому аудитория и редакторы специфические требования предъявляют к историям для трансляций.

Как и для любых историй, здесь важна интересная тема, увлекающая аудиторию. Как всегда, для истории нужна глубокая проработка темы и точность изложения. Грамотная и красивая речь так же необходима.

У новостных агентств есть специальные руководства по стилям текста для трансляций. Выделим ключевые отличия от ранее изложенных правил.

11.4.1 Разговорный, неформальный стиль

Текст пишут таким, как говорили бы друг с другом два друга. Преподаватели так и говорят: «Пишите, словно рассказываете историю своему другу». Используются сокращения, неполные предложения, местоимения первого и второго лица (я, мы, ты, вы). Пишите лишь чуть более строго, чем принято в казуальном стиле.

11.4.2 Короткие предложения

Дослушав до конца длинное предложение, читатель может забыть, как оно начиналось. Поэтому предложения должны быть короткими: ориентируйтесь на 15 слов и точно не более 25. Используйте простые предложения простой структуры: подлежащее – сказуемое – дополнения. Лишние слова либо исключите, либо вынесите в другое предложение.

11.4.3 Настоящее время

Чтобы подчеркнуть актуальность, используйте настоящее время вместо прошедшего. Если всё же используете прошедшее, сразу привяжите событие ко времени:

```
Сенатор Дейв Торнтон объявил этим утром, что не будет
баллотироваться в президенты.
```

11.4.4 Круглые числа

Гораздо труднее воспринять и запомнить 2 898, чем «почти три тысячи».

11.4.5 Значение чисел

Что значит предложение губернатора снизить бюджет школ на 100 000 долларов? Ошеломляющая сумма? Если вы скажете, что это около 55 долларов на ученика в год, понять масштаб будет проще. Подбирайте числам контекст, чтобы не потерять внимание слушателя.

11.4.6 Сокращение титулов

Иногда титул не описывает, чем занимается человек. Длинные титулы могут отвлечь от истории и рассеять внимание аудитории. Например: «Лотерейный адвокат Североамериканской Ассоциации Государственных и Областных Лотерей». Сколько драгоценных секунд трансляции займёт произнесение этого титула? Сократите его до двух слов: «Лотерейный адвокат».

11.4.7 Сначала описание, затем имя

Газетный стиль, когда сначала приводят имя, а затем описание, не характерен для разговорной речи. Кроме того, аудитория не воспримет имя незнакомого человека внимательно, и прослушает его.

```
Хорхе Моралес, 13 лет, студент Риверсмитской средней школы, выиграл национальный чемпионат по правописанию.
Мальчик из Риверсмитской школы был награждён сегодня в Вашингтоне, округ Колумбия. Тринадцатилетний Хорхе Моралес выиграл национальный чемпионат по правописанию.
```

11.4.8 Сначала кто, потом что сказал

В газетных текстах принят порядок «что сказал – кто сказал». В трансляциях наоборот. Слушателей сперва нужно подготовить к восприятию сказанного, чтобы они внимательно его восприняли.

11.4.9 Косвенная речь

Избегайте прямой речи. Кавычки нельзя воспринять на слух. Поэтому лучше перефразировать цитату. Если её нужно привести дословно, специально выделите это в речи оборотами типа «как он заявил», «по его собственным словам» и т. д.